RADAR

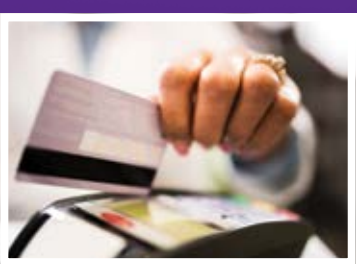
ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Avril-Mai-Juin
2017

Agences SAQ : le ministre des Finances vous a entendus!

Bonne nouvelle pour les détenteurs d'une agence SAQ, le ministre des Finances du Québec a entendu notre message et appuie certaines de nos revendications. Voilà qui démontre l'importance d'être mobilisés afin d'être considérés comme de réels partenaires d'affaires.

Détails aux pages 2 et 6



CARTE DE CRÉDIT

Un autre tarif préférentiel est octroyé

P.6

FRAUDE ALIMENTAIRE

Différence entre perception et réalité

P.9

BANQUES ALIMENTAIRES

Élargissement du programme de récupération

P.10

DE VUE

LA FORCE DE L'ADA

Bien que le dossier est loin d'être réglé, je dois admettre que je suis fier de voir la qualité de la mobilisation des détaillants ainsi que de l'appui de la permanence de l'ADA dans le récent dossier des agences SAQ. WOW! En si peu de temps nous avons réussi à faire entendre notre point de vue haut et fort jusqu'au ministre des Finances qui a accepté de nous appuyer. Beau travail d'équipe! C'est ça la force de l'ADA, c'est-à-dire être proche des détaillants en alimentation (petits et grands, toutes bannières et types de surface confondus) et défendre nos intérêts au niveau politique afin que nous puissions continuer de servir nos consommateurs dans les meilleures conditions possibles.

Ce travail important qu'accomplit l'ADA au quotidien a un impact direct sur nos opérations en magasin et l'appui des détaillants est crucial. Je vous encourage à parler de l'ADA à vos collègues de votre région. La force de l'ADA, c'est nous - les détaillants - et chaque adhésion fait la différence. Le dossier des agences SAQ est révélateur de la pertinence d'être mobilisé, mais plusieurs autres dossiers sont également sur notre écran radar. Je fais référence, entre autres, à celui des cartes de crédit, de la modernisation de la consigne, de la mise en marché des alcools, etc.

Assez parlé de dossiers politiques, j'aimerais également vous rappeler la tenue du prochain Salon International de l'Alimentation au Canada (SIAL), du 2 au 4 mai prochain, à Toronto. L'équipe de Xavier Poncin fait un travail exceptionnel et trouve toujours le moyen de se renouveler. Alors ne manquez pas cet événement incontournable de l'industrie auquel est associée l'ADA.

Parlant d'événement de l'ADA, j'espère que vos bâtons de golf ne sont pas trop loin dans votre garage puisque bientôt, mine de rien, ce sera notre 54e tournoi de golf. Eh oui, on vous attend le 23 mai prochain, au Club de golf Elm Ridge de l'Île-Bizard, à Montréal. Vous trouverez d'ailleurs le formulaire d'inscription à la page 21.

En espérant que vous serez nombreux !

Daniel Choquette
Président

Pour adhérer à l'ADA :
www.adaq.qc.ca

POINT

S'IMPLIQUER, ÇA RAPPORTE!

Chers détaillants, chères détaillantes d'agence SAQ,

Je me dois de vous féliciter pour votre excellent travail de terrain auprès de vos députés. Ces derniers ont bien compris votre cri de détresse et se sont levés pour vous défendre.

Nous vous avons fait parvenir dans notre « Nouvelles en bref » l'extrait vidéo montrant le ministre des Finances, M. Carlos Leitão, prenant votre défense. Il a dit qu'il donnerait des directives claires à la SAQ concernant deux des points que nous avons adressés aux dirigeants de la SAQ. Au moment d'écrire ces lignes, une rencontre avait lieu le vendredi 17 mars entre Alain Brunet, Raymond Paré et Daniel Trottier de la SAQ ainsi qu'André Daoust de Sobeys et moi-même. Une deuxième rencontre est prévue le mardi 18 avril. Je peux vous garantir que sans votre implication dans ce dossier extrêmement important et sensible financièrement pour vous, la SAQ n'aurait jamais accepté de modifier son plan d'affaires à votre égard.

Malheureusement pour vous, en présence d'un monopole, la partie qui en a le contrôle considère ses besoins personnels avant toute chose. C'est ce qui a causé le préjudice que vous a fait subir la SAQ. Suite à la directive claire prononcée par le ministre Leitão et aux discussions que nous avons eues avec eux le 22 mars lors de nombreux échanges téléphoniques, les dirigeants de la SAQ nous ont confirmé le retour du paiement par carte de crédit à compter du lundi 27 mars. Lors de ces échanges, nous avons accepté que cette mesure soit temporaire afin de mettre en place un nouveau partenariat d'affaires. Le but est de nous assurer que les dirigeants de la SAQ ne vous considèrent plus comme des esclaves exécutants, mais en vrais partenaires d'affaires afin que tous y trouvent leur compte.

Si la SAQ vous permet de retrouver votre dignité d'affaires, ce que nous espérons tous fortement, elle saura profiter pleinement de votre expertise et de votre professionnalisme à bien servir la clientèle québécoise et enfin, tout le monde en sortira gagnant.

J'espère que lors de nos prochaines rencontres avec eux, nous serons capables d'établir une relation d'affaires gagnant-gagnant, ce qui profitera non seulement à la SAQ, mais aussi aux consommateurs qui, grâce à votre service, bénéficieront de la proximité de votre commerce.

Pour ce qui est du **dossier du lait**, les études sur les coûts ont été déposées et nous sommes en attente d'une convocation de la Régie pour une audience qui viendra, une fois pour toutes, fermer ce chapitre qui est ouvert depuis plus de cinq ans déjà. Vous avez sûrement remarqué que la Régie n'a pas autorisé d'augmentation du prix du lait le 1er février dernier, date à laquelle celle-ci accorde normalement des augmentations annuelles.

Quant au **dossier de la consigne**, les discussions avancent lentement et rien ne nous indique présentement qu'une décision à court terme sera rendue. Nous serons sûrement en mesure de vous en dire plus lors de notre prochaine édition du RADAR.

En terminant, je voudrais souligner l'adhésion de plusieurs nouveaux membres ces derniers temps. Ce geste de confiance à notre égard est la petite tape dans le dos qui nous témoigne de votre satisfaction par rapport au travail que nous faisons quotidiennement à défendre vos intérêts dans les différents dossiers d'actualité.

Ne vous gênez surtout pas pour convaincre vos confrères et consœurs qui ne sont pas encore membres de l'ADA, de l'importance de votre association, car plus vous serez nombreux, plus forte sera notre voix. Nous espérons pouvoir convaincre le plus de détaillants possible et le dossier des agences SAQ sera une autre preuve tangible de la force du groupe.

En espérant vous voir en grand nombre lors de notre prochain tournoi de golf du 23 mai prochain.

À bientôt,

Florent Gravel
Président-directeur général

Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Fondée en 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants en alimentation du Québec. Sa mission est de défendre et de représenter leurs intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent.

Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, illustrations et photos par quelque procédé que ce soit du présent ouvrage, est strictement interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Les opinions émises dans les articles publiés dans le RADAR n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

Téléphone : (514) 982-0104 ‣ 1 (800) 363-3923
Télécopieur : (514) 849-3021 ‣ info@adaq.qc.ca
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,
Montréal (Québec) H2K 1C3

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR
Florent Gravel
info@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION
Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca
Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE
Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

RÉVISION LINGUISTIQUE
Gabriel Doré
gabriel.dore@gmail.com

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF
Daniel Choquette, Président
André Forget, Vice-président
Michel Dépatie, Trésorier
Guillaume Laroche, Secrétaire

ADMINISTRATEURS
Jean-Philippe Beaudry
Marc Bougie
Marcel Clermont
Bruno Desrochers
Marie-Josée Drouin
Jasen Gaouette
Jean-François Marcoux
Bruno Ménard
Michel Milot
Sophie Provencher
Romy Reid-Boursier

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF
Pierre Larue, Président
Gérald Cayouette, Vice-président
Jean-François Courchesne, Trésorier
Christian Bérubé, Secrétaire

ADMINISTRATEURS
Sophie Gadbois
Philippe Gadoua
Élise Grondin
David Plante-Riou
Martin Provost
Annie Rochefort
Marc Sauvageau
Patrick Simard

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS 4

SUIVI DE DOSSIERS

PAIEMENT

Crédit : MasterCard octroie une fois de plus un tarif préférentiel 6

Agence SAQ : le ministre des Finances vous a entendus! 6

ALCOOL

Révision de la RACJ : au-delà de l'élargissement des heures de vente 7

TABAC

Interdiction de vente aux mineurs : une priorité pour les détaillants 7

AGROALIMENTAIRE

Sommet sur l'alimentation : retour sur la 2e journée thématique 8

La révision réglementaire de l'ACIA pourrait causer de sérieux maux de tête 8

Prix du lait : arrêter d'en vendre n'est pas une option 9

Appellations réservées : le CARTV, un outil mal outillé 9

Fraude alimentaire : entre perception et réalité 9

Boeuf Québec est né! 10

Denrées alimentaires : le programme de récupération en supermarchés est étendu à tout le Québec 10

DOSSIERS DIVERS

Charriots laissés dans les stationnements : des affiches pourraient vous éviter des soucis! 11

TABAC : VENTE AUX MINEURS 14

CHRONIQUES

Parlons de vos gestionnaires 18

Le vol à l'interne : une réalité pour une majorité 19

INSCRIPTION 54e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA 20

ACTUALITÉ DES TCBQ 22

SMF SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS

COMITÉ SMF

La viabilité d'une association se définit, d'une part, par ce qu'elle peut offrir à ses membres et, d'autre part, par l'implication de ses administrateurs qui, dans l'ombre, vont prêter leur concours pour faire progresser les dossiers qui déterminent le bien-fondé de son existence.

Derrière chaque administrateur impliqué au sein de la Section des membres-fournisseurs (SMF), qui se voit confié cette responsabilité, il y a également l'entreprise qu'il représente qui perçoit une occasion unique de se faire valoir.

Pour une meilleure représentativité, la Section des membres-fournisseurs et son comité de direction sont composés de petites, moyennes et grandes entreprises, car les enjeux peuvent s'avérer distincts.

Nous avons recueilli les raisons de leur implication.

Pierre Larue
Président SMF

ANNIE ROCHEFORT
AGROPUR

« En participant à titre de membre actif de la SMF de l'ADA, Agropur tient non seulement à rester à l'affût de ce qui se passe dans l'industrie, mais tient aussi à y jouer un rôle de leader au niveau des enjeux de l'industrie agroalimentaire, notamment au niveau des détaillants et des distributeurs.

Agropur profite du réseautage autant avec ses pairs (membres fournisseurs) qu'avec les détaillants. Agropur participe depuis des années à l'ensemble des activités, que ce soit pour le congrès (l'un des rares lieux de rassemblement de l'industrie) ou encore le tournoi de golf et les déjeuners.

Il est intéressant de pouvoir aider les plus petites entreprises à se tailler un chemin dans notre industrie. C'est ce que nous pouvons faire en participant activement au sein du comité. »

DAVID PLANTE-RIOU
BRASSERIES SLEEMAN

« Les occasions d'affaires mises en place par la Section membres-fournisseurs de l'ADA ont toujours permis aux Brasseries Sleeman de profiter d'une présence humaine importante et d'une grande collaboration entre tous les acteurs de l'industrie. Nous apprécions notamment les occasions de rencontrer un grand nombre de détaillants et de fournisseurs, dans le but unique de faire progresser l'industrie. La mission de la Section membres-fournisseurs se rapproche des valeurs des Brasseries Sleeman, celle de devenir meilleur dans le plus grand souci de ses membres, de ses partenaires et de ses consommateurs. »

CHRISTIAN BÉRUBÉ
GROUPE ST-HUBERT DÉTAIL

« Groupe St-Hubert Détail prend au sérieux les différents enjeux du secteur de l'alimentation. Il prend également à cœur le dévelop–pement des produits fabriqués et distribués dans notre province.

Notre implication comme membre fournisseur au sein de l'ADA se veut donc un partenariat privilégié et gagnant-gagnant pour être plus près de nos clients! »

MARC SAUVAGEAU
ACOSTA

« Il est très important pour Acosta de faire partie de l'ADA, car nous sommes directement liés avec les marchands propriétaires. Nous avons une force de vente composée de plus de 40 représentants qui sillonnent les magasins indépendants du Québec afin de leur offrir un service incomparable et professionnel. L'ADA est le véhicule de choix pour maintenir de saines relations avec les détaillants indépendants via un réseautage soutenu et de sains partenariats. »

LA FORCE D'UN RÉSEAU

La section membres-fournisseurs (SMF) de l'ADA, c'est plus de 120 entreprises, petites et grandes, ayant décidé d'unir leur voix afin d'adresser les vrais enjeux de l'industrie. Œuvrant dans divers domaines, elles ont en commun d'offrir des services ou des produits aux détaillants en alimentation. Voici quelques-unes d'entre elles.

MARTIN PROVOST

DALISA

« Chez Dalisa, nous sommes conscients qu'en tant que petite entreprise, nous avons comme enjeu quotidien de nous positionner haut et fort pour tirer notre épingle du jeu vis-à-vis les multinationales dans notre secteur d'activités.

Notre membership à la Section des membres-fournisseurs de l'ADA, en plus d'être présents comme administrateur au sein du comité de direction, nous permet d'être entendus par nos pairs sur les problématiques auxquelles nous sommes confrontés telles que les exigences des bannières, les problématiques de transport et le gaspillage alimentaire.

Nous y croyons, nous sommes fiers d'y participer activement et nous invitons d'autres petites entreprises à se joindre à nous. »

GÉRALD CAYOUETTE

DMB DISTRIBUTION

« DMB Distribution Alimentaire Inc. s'implique dans la Section des membres-fournisseurs de l'ADA afin d'assurer une présence et une voix forte pour soutenir le développement et la croissance de nos compagnies alimentaires au Québec.

La force de notre association passe par un membership dynamique et un réseau diversifié. Joignez-vous à nous ! »

PHILIPPE GADOUA

ALIMENTS MEJICANO

« Les Aliments Mejicano est fière d'avoir adhéré à la Section des membres-fournisseurs de l'ADA. Cette implication permet à notre entreprise de côtoyer différents collègues de l'industrie, d'échanger et d'adresser les nombreux enjeux de l'alimentation. Être membre-fournisseur est un atout assuré pour toutes entreprises qui désirent accentuer ses liens d'affaires et de rencontrer les marchands indépendants dans des contextes différents. »

PATRICK SIMARD

TANTRUM

« La raison principale qui a motivé notre implication au comité de direction de la SMF de l'ADA va bien au-delà du réseautage. Notre présence nous permet d'échanger sur des enjeux communs de l'industrie du détail, tant au niveau manufacturier, de la distribution, que du service.

La puissance de nos réseaux de contacts nous permet d'être des facilitateurs et ainsi ouvrir des portes pour l'introduction de nos pairs et le développement de leurs affaires : des points que nous avons tous en commun. Notre force : se mobiliser ensemble pour l'atteinte de nos objectifs collectifs.

Au plaisir de vous croiser sous peu! »

JEAN-FRANÇOIS COURCHESNE

CHAGALL

« CHAGALL est membre du comité de direction de la Section des membres-fournisseurs de l'ADA depuis ses débuts. Nous croyons au bien-fondé de la SMF pour créer des liens d'affaires et surtout pour comprendre les enjeux de l'industrie de l'alimentation au Québec. »

PIERRE LARUE

GROUPE CONSEIL VCS

« Chez VCS, en tant que fournisseur de services en prévention des pertes et sécurité, il nous importe d'être constamment à l'affût des enjeux et des préoccupations de notre clientèle du secteur alimentaire.

L'ADA est pour nous une plateforme incontournable pour demeurer informés sur les tendances de l'industrie. Aucune autre association ne nous a autant permis de questionner, de nous renseigner et de nous aligner. »

TOMRA CPS MÉDIA LES SOEURS EN VRAC Kruger Products Produits GELOSO BEAUDRY & CADRIN

Pour consulter la liste complète des membres SMF ou pour en devenir membre, visitez : **adaq.qc.ca/membre-fournisseur**

SUIVI DE DOSSIERS

Cette section fait état de l'avancement des dossiers que nous menons. On y présente également l'actualité reliée au secteur du détail en alimentation. N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir des informations supplémentaires ou encore pour nous transmettre des renseignements afin de mieux documenter nos dossiers.

PAIEMENT

CRÉDIT : MASTERCARD OCTROIE UNE FOIS DE PLUS UN TARIF PRÉFÉRENTIEL ▼

Après Costco en 2015 et Walmart au début de l'année 2017, voilà qu'un autre groupe de détaillants a négocié un supposé tarif préférentiel exclusif à ses membres pour l'acceptation des paiements par carte de crédit. Cette fois-ci, c'est MasterCard qui a octroyé un privilège à certains marchands au détriment des autres. De toute évidence, l'absence d'encadrement de la part du gouvernement et la situation quasi monopolistique de Visa et MasterCard laissent le beau jeu à ces dernières.

« Le Canada demeure un des endroits où accepter les paiements par carte de crédit coûte le plus cher au monde. Les détaillants attendent avec impatience une intervention du gouvernement fédéral. »

Daniel Choquette, Président de l'ADA.

À l'ADA, nous croyons qu'il est grand temps que le gouvernement intervienne au nom des consommateurs canadiens qui paient chaque année entre 5 et 7 milliards $ de frais. Les taux offerts par Visa et MasterCard (1,3 %) demeurent 4 fois plus élevés que ceux dont bénéficient les détaillants européens (0,3 %)! Qu'est-ce qui justifie cette différence? Jusqu'à présent, Visa et MasterCard n'ont fourni aucune explication crédible afin de justifier cet écart majeur que doivent assumer les consommateurs canadiens.

La stratégie de Visa et de MasterCard consiste évidemment à diviser pour mieux régner. De plus, en accordant un tarif préférentiel à un regroupement de PME, MasterCard tente évidemment de répondre à l'une des plus virulentes critiques formulées à son endroit à l'effet qu'elle privilégie les gros commerçants au détriment des plus petits. Espérons que le ministre des Finances du Canada ne sera pas dupe! Si, en 2017, il faut être membre d'un regroupement quelconque pour accepter les paiements par carte de crédit sans craindre pour la rentabilité de son commerce, où nous dirigeons-nous comme société?

AGENCE SAQ : LE MINISTRE DES FINANCES VOUS A ENTENDUS! ▼

Bonne nouvelle pour les détenteurs d'une agence SAQ, Carlos Leitão (ministre des Finances du Québec) a annoncé qu'il souhaite le rétablissement du paiement des commandes par carte de crédit. De plus, il souhaite que la livraison des produits soit revue et trouve inconcevable que les détaillants ne soient pas dédommagés.

Voilà une importante victoire pour l'ADA et nos membres détenteurs d'agence SAQ. Comme nous l'écrivions dans le dernier RADAR, ce dossier a suscité beaucoup de réactions chez les détaillants. Nous avons immédiatement pris la balle au bond afin d'entamer des discussions avec la SAQ. De toute évidence, cette réaction rapide de notre part ainsi que le grand nombre de détaillants ayant pris le temps de contacter leur député pour les sensibiliser ont porté fruit.

Voici un extrait de la réponse de M. Leitão lorsque questionné par Martin Ouellet (député péquiste de René-Lévesque) concernant les modes de paiement acceptés par la SAQ ainsi que la livraison :

« Monsieur le président, ces procédés nous ont déjà été rapportés par les membres de notre caucus [députés]. Nous avons de façon informelle informé la SAQ que ça devait arrêter. Maintenant, puisque la façon informelle ne semble pas fonctionner, nous allons procéder de façon directive et très claire : ça va arrêter! ».

Tout n'est pas joué et comme le dit le vieil adage : le diable est dans les détails. Néanmoins, la récente intervention du ministre des Finances dans ce dossier fera certainement changer l'attitude des représentants de la SAQ envers vous. Espérons qu'on entre dans une nouvelle ère de collaboration avec la SAQ. Il est plus que temps que vous soyez considérés comme de vrais partenaires d'affaires!

ALCOOL

RÉVISION DE LA RACJ : AU-DELÀ DE L'ÉLARGISSEMENT DES HEURES DE VENTE ▼

Une des demandes que nous avons formulées dans le cadre des consultations visant à moderniser la Régie des alcools des courses et des jeux (RACJ) a fait couler beaucoup d'encre dans les médias. En effet, nous avons accordé plusieurs entrevues afin d'expliquer pourquoi nous demandons au gouvernement d'élargir les heures auxquelles il vous est permis de vendre de l'alcool.

De nos jours, plusieurs consommateurs ont des horaires de travail atypiques et, conséquemment, plusieurs commerces sont ouverts 24/7. Qu'est-ce qui justifie qu'un client qui se présente à 7h30 ou 23h02 chez son détaillant en alimentation favori ne puisse pas se procurer une caisse de bière? De plus, quelle différence y a-t-il entre se procurer une bière dans un bar/restaurant ou au dépanneur entre 23h et 3h? Dans tous les cas, quelqu'un qui cherche à se procurer de l'alcool peut le faire et la consommation sur la place publique n'est pas permise.

Un autre élément à prendre en considération est l'arrivée de nouvelles technologies (ex. médias sociaux) permettant aux consommateurs de se procurer de l'alcool de façon illégale. Ce type de commerce illicite existe puisqu'il y a une demande et le meilleur moyen de contrecarrer les contrebandiers, c'est de permettre aux détaillants légaux de répondre à ce besoin. Rappelons que notre personnel est formé et habitué de traiter avec des produits dont la vente est restreinte aux personnes d'âge mineur.

Plusieurs lois entourant la mise en marché des alcools au Québec ont été élaborées et mises en place à une époque où les mœurs et les habitudes de consommation étaient fort différentes de celles d'aujourd'hui. C'est pourquoi le gouvernement étudie actuellement les façons de moderniser la RACJ afin qu'elle soit mieux outillée pour accomplir ses mandats. Évidemment, nous avons saisi l'occasion pour souligner les principaux éléments problématiques avec lesquels les détaillants doivent composer au quotidien. Parmi ces éléments figure l'élargissement des heures de vente, mais aussi le non-respect des prix minimums, l'iniquité entre les secteurs d'activité, la mécanique d'inspection, la vente en ligne, les embûches entourant les dégustations, etc.

Bref, l'élargissement des heures de vente est un élément parmi tant d'autres qui mériterait d'être adressé par les élus durant le processus de révision de la RACJ. Nous espérons que la recherche d'équité entre les secteurs de la restauration/bar et celui du détail alimentaire guidera les élus dans leur réflexion, comme cela a été le cas récemment lors du dernier réajustement de la taxe spécifique sur l'alcool.

TABAC

INTERDICTION DE VENTE AUX MINEURS : UNE PRIORITÉ POUR LES DÉTAILLANTS ▼

Une fois de plus, les données du ministère de la Santé et des Services Sociaux (MSSS) démontrent que les détaillants en alimentation prennent leurs responsabilités en matière de vente de produits du tabac. En effet, le taux de conformité de ceux-ci est de près de 90 %.

Voilà une bonne nouvelle considérant que les détaillants ont subi une pression accrue de la part des inspecteurs du MSSS ces dernières années. Le nombre d'inspections en magasin avait drastiquement augmenté durant la période précédant l'entrée en vigueur de la nouvelle Loi sur le tabac. En effet, après avoir effectué 2 406 inspections en 2013, il y en a eu 4 925 en 2014 et 4 852 en 2015 avant de revenir à un niveau beaucoup plus normal en 2016, soit 1 986.

À l'ADA, nous déplorons la pression injustifiée que subissaient les détaillants en alimentation durant la période précédant l'adoption de la nouvelle Loi sur le tabac. Cela s'apparentait quasiment à du harcèlement de la part des inspecteurs du ministère de la Santé et des Services Sociaux (MSSS). Cette hausse marquée des inspections laisse malheureusement croire que le gouvernement a tenté de piéger le plus de détaillants possible avant la révision de la loi afin de justifier l'imposition de mesures dissuasives envers les détaillants.

Si seulement la démarche avait démontré son efficacité, or l'histoire nous apprend que peu importe qu'il y ait 2 000, 3 000 ou 4 000 inspections, le taux de conformité des détaillants oscille toujours autour de 85-90 % (voir tableau ci-dessous).

RÉSULTAT DES INSPECTIONS POUR VENTE DE TABAC À UNE PERSONNE D'ÂGE MINEUR ▼

	2013	2014	2015	2016
N.b. d'inspections	2 406	4 925	4 852	1 986
Situations non conformes	328	536	634	256
Taux de conformité	**86 %**	**89 %**	**87 %**	**87 %**

Source : ministère de la Santé et des Services Sociaux

Crédit photo : Éric Labonté, MAPAQ

AGROALIMENTAIRE

SOMMET SUR L'ALIMENTATION : RETOUR SUR LA 2E JOURNÉE THÉMATIQUE ▼

Les acteurs de l'industrie alimentaire étaient réunis en février dernier dans le cadre de la 2e journée thématique devant mener au Sommet sur l'alimentation du MAPAQ. Il s'agissait d'une première rencontre de l'industrie alimentaire avec Laurent Lessard, nouveau ministre du MAPAQ, depuis son retour *in extremis* à la tête de ce ministère.

À l'ADA, nous étions heureux de pouvoir échanger à nouveau avec M. Lessard. Nous gardons de bons souvenirs de ses passages au MAPAQ de 2007 à 2008 et de 2010 à 2011. De toute évidence, il n'a pas perdu son intérêt envers l'industrie alimentaire, mais il est encore trop tôt pour déterminer s'il saura donner l'impulsion dont a besoin notre secteur d'activité. L'industrie alimentaire est un vecteur important de l'économie du Québec, mais il faut le dire, il est trop souvent dévalorisé.

D'ailleurs, tant les experts invités que les participants ont souligné à diverses reprises que le MAPAQ a grand besoin d'une cure de rajeunissement. Bien sûr, le MAPAQ ne peut tout réaliser à lui seul, mais nous croyons qu'il est de son devoir de mieux accompagner ses clientèles auprès des autres ministères. Il n'est pas normal qu'on légifère sur le secteur agroalimentaire sans au préalable consulter ses experts.

Nous avons également livré un important plaidoyer afin que le gouvernement soutienne avec vigueur la promotion et l'identification de nos aliments du Québec, des appellations réservées et des termes valorisants d'ici pour faciliter le geste d'achat des Québécois. Nous avons aussi encouragé le ministre à accroître la compétitivité de nos producteurs et transformateurs alimentaires en soutenant l'innovation et l'adoption de pratiques de fabrication qui répondent aux attentes des consommateurs.

Nous avons aussi réitéré l'importance que le gouvernement préserve le modèle d'affaires des détaillants propriétaires en protégeant les dispositions qui les définissent, notamment le respect de la primauté des opérations alimentaires pour la vente d'alcool.

Conscients des importants défis relatifs à la main-d'œuvre dans notre secteur d'activité, nous avons profité de l'occasion pour sensibiliser le ministre Lessard quant à l'importance de valoriser le détail alimentaire et ses différentes professions. Évidemment, pour faciliter le recrutement, mais plus encore pour développer les compétences et l'expertise de notre main-d'œuvre au bénéfice de toute l'industrie.

À la lumière des discussions qui ont eu lieu, nous pouvons affirmer que le message semble avoir été entendu. L'industrie a grand besoin d'être accompagnée comme il se doit par un ministre et un ministère fort.

LA RÉVISION RÉGLEMENTAIRE DE L'ACIA POURRAIT CAUSER DE SÉRIEUX MAUX DE TÊTE ▼

Le gouvernement fédéral a décidé de fusionner 14 règlements en lien avec l'alimentation. Le projet de loi intitulé *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* est actuellement en consultation publique. Dépoussiérer la réglementation est un objectif fort louable, mais a-t-on suffisamment étudié les impacts sur les opérations au détail? Après analyse, nous sommes portés à en douter.

Au détail, l'Agence canadienne de l'inspection des aliments (ACIA) nous demande de garder des traces de nos achats pour une période de 2 ans pour des fins de traçabilité alors que la restauration serait exemptée de pareilles mesures. Voici les mots exacts employés par l'ACIA : « *Des registres clairs et lisibles devraient être conservés pendant deux ans, être accessibles au Canada et fournis à l'ACIA sur demande. S'il s'agit de registres électroniques, ils devraient être fournis en un seul fichier et dans un format pouvant être facilement ouvert et utilisé au moyen d'un logiciel commercial standard.* »

Nous craignons que la forme attendue desdits registres cause des maux de tête majeurs aux détaillants du pays. Il est impossible pour le moment de savoir ce que serait un registre conforme, car l'ACIA se limite à dire qu'elle attend nos commentaires. Complexité additionnelle, comment le MAPAQ, qui assure la conformité des opérations de détail au Québec, interprétera et appliquera ces nouvelles mesures?

L'ACIA profite également de l'occasion pour apporter des modifications sur les produits bios. Voici où nous croyons qu'il pourrait y avoir un problème :

> **Définition :** diverses activités : Les activités de fabrication, de transformation, de traitement, de manipulation, d'abattage, de production, d'entreposage, d'emballage, d'étiquetage et de transport.
>
> **Art. 340.** Les diverses activités ne peuvent être exercées à l'égard d'un produit biologique que par une personne qui détient une certification visant ces activités accordées au titre des articles 342 ou 345, et ce, en conformité avec l'une des normes suivantes :

Exiger la certification pour des activités d'entreposage et de transport de produits biologiques risque de grandement compliquer le déploiement de ces produits au Québec. Facilement 95% des commerces vendant actuellement des aliments biologiques au Québec se retrouveraient en non-conformité. Il est important de rappeler que dans un commerce alimentaire typique, les produits biologiques représentent généralement moins de 5% des items disponibles. À l'heure actuelle, seuls les détaillants qui modifient l'intégrité d'un produit biologique (portionnement, vente de vrac, réemballage, etc.) sont tenus de certifier leurs opérations au Canada.

Quel est donc l'objectif de l'ACIA? Harmoniser notre réglementation avec nos partenaires commerciaux? Après vérification, cet argument ne tient pas la route. En France, seule la vente d'aliments en vrac nécessite la certification des opérations. Aux États-Unis, les établissements de détail qui ne transforment pas, « does not process them », n'ont pas non plus à se certifier.

Nous avons alerté différents partenaires, notamment la Filière biologique du Québec, comme nous, ils feront leurs commentaires à l'ACIA. La consultation menée sur 90 jours prend fin le 21 avril 2017.

Pour plus de détails : **www.inspection.gc.ca/AlimentSalubre**

PRIX DU LAIT : ARRÊTER D'EN VENDRE N'EST PAS UNE OPTION ▾

Avec raison, la démarche de la Régie de marché agricole et alimentaire du Québec (RMAAQ), visant à établir le juste prix du lait, suscite bien des craintes dans l'industrie. Une décision mal éclairée de la Régie pourrait s'avérer désastreuse, notamment pour les petits commerçants. C'est le cas des propriétaires de dépanneur, dont une frange représentée par l'Association des dépanneurs chinois du Québec a manifesté son inquiétude de façon plutôt maladroite en début d'année.

Résultat, nous avons dû multiplier les entrevues afin de rassurer la population, suite à la publication dans *La Terre de chez nous*, concernant une déclaration de l'Association des dépanneurs chinois du Québec à l'effet que ses membres allaient cesser de vendre du lait. Heureusement que nous avons réagi rapidement, car la perception générale du moment était que tous les dépanneurs du Québec allaient cesser de vendre du lait.

Notre message consistait à rappeler qu'il est utopique d'imaginer un instant que les détaillants cesseront de vendre du lait. Nous convenons que les profits sur les ventes réalisées sont en constante diminution, voire presque nuls, mais cela demeure un élément important de notre offre de services.

Bref nous avons démontré que, malgré le coup d'éclat un peu maladroit, la situation dénoncée cache un réel problème que devra adresser la RMAAQ. Il est grand temps que la Régie entende le cri du cœur des détaillants concernant la rentabilité de la catégorie du lait.

APPELLATIONS RÉSERVÉES : LE CARTV, UN OUTIL MAL OUTILLÉ

Le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV), auquel siège un représentant de l'ADA, a subi quelques secousses dernièrement. Coup sur coup, l'organisme parapublic, dont la mission consiste à mettre en place et à assurer la protection des appellations au Québec (ex. Agneau de Charlevoix), a dû encaisser des difficultés financières importantes ainsi que le départ fracassant de sa directrice générale.

Le départ d'Anne-Marie Grangé-Godbout laisse un grand vide. Son arrivée à la tête du CARTV avait généré beaucoup de dynamisme et d'enthousiasme au sein de l'organisation. De plus, son départ survient à un bien mauvais moment alors que, comme le mentionnait l'étude portant sur la perception des consommateurs face à la fraude alimentaire, plus que jamais, l'exactitude de l'information véhiculée sur les étiquettes des aliments est primordiale aux yeux des consommateurs. En effet, un des mandats du CARTV consiste justement à veiller à ce que les faux produits biologiques ne trouvent pas leur chemin jusque sur nos tablettes et à rappeler à l'ordre les détaillants qui manipulent les produits bios de façon erronée.

Nous espérons que le nouveau ministre du MAPAQ, Laurent Lessard, remettra rapidement le CARTV sur les rails. C'est en donnant l'accompagnement et les moyens adéquats à des organismes comme le CARTV que les consommateurs et les détaillants seront bien protégés et que les produits distinctifs du Québec seront adéquatement mis en valeur.

FRAUDE ALIMENTAIRE : ENTRE PERCEPTION ET RÉALITÉ ▾

Une étude récente portant sur la perception des consommateurs face à la fraude alimentaire a beaucoup fait jaser. L'étude en question, menée auprès de 1 088 Canadiens, nous apprenait que 63 % des consommateurs canadiens se disent préoccupés par la fraude alimentaire. Fait intéressant, ce nombre grimpe à 84 % au Québec.

Autres données intéressantes, 43 % des consommateurs croient avoir déjà acheté un produit alimentaire contrefait. Et comment découvrent-ils qu'ils ont été victimes de fraude alimentaire? Via les médias sociaux (42,8 %), via leur propre recherche (35,7 %) et finalement, via un rappel public (19,1 %).

Les consommateurs ont peur de la fraude. On les comprend, aucun détaillant ne souhaite voir son nom dans les médias associé à une fraude alimentaire. Sans nier l'importance d'adresser l'enjeu soulevé dans cette étude, il faut néanmoins rappeler qu'il s'agit d'une lecture de la perception des consommateurs. Les résultats ne doivent en aucun temps être interprétés comme étant un portrait de la réalité terrain. Par exemple, l'étude rapporte que 43 % des participants croient avoir déjà été victimes de fraude alimentaire, cela ne veut pas dire que 43 % de la population ont été victimes de fraude alimentaire. Il y a une énorme différence entre les deux affirmations et pourtant, nous avons l'impression que plusieurs médias se sont fait prendre au jeu.

Tout ce débat rappelle l'importance de développer et de soutenir financièrement des marques crédibles, découlant d'un processus rigoureux, comme Aliments du Québec ou celles développées par le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV). De plus, il y aurait un bon ménage à faire du côté des autoproclamations parfois trompeuses, parfois tout simplement risibles.

La confiance des consommateurs est précieuse et si facile à miner. Ceux-ci ne devraient pas avoir à douter de la composition des produits qu'ils consomment ainsi que de la véracité des informations véhiculées sur les étiquettes. Les détaillants, quant à eux, sont dans le même bateau, ils espèrent pouvoir avoir confiance en tous leurs fournisseurs.

QU'EST-CE QUE LA FRAUDE ALIMENTAIRE ?

Il n'existe pas de définition précise et consensuelle sur ce qu'est une fraude alimentaire. Néanmoins, plusieurs intervenants semblent convenir qu'il y a fraude alimentaire lorsque des aliments comportant un aspect trompeur pour le consommateur sont intentionnellement commercialisés. Il peut s'agir d'une erreur d'étiquetage, de liste d'ingrédients non conformes, d'erreur sur la provenance d'un produit, etc.

AGROALIMENTAIRE (SUITE)

BOEUF QUÉBEC EST NÉ!

Vous en avez certainement entendu parler, la Société des parcs d'engraissement du Québec (SPEQ) lançait récemment « Bœuf Québec » en collaboration avec le distributeur Colabor. De l'aveu même de Jean-Sébastien Gascon, directeur général de la SPEQ, ils n'ont pas eu le temps de finaliser tous les partenariats souhaités puisque la demande est venue beaucoup plus rapidement que prévu. En effet, *La Cage – Brasserie sportive* offre « Bœuf Québec » au menu de ses 46 établissements depuis le 20 mars 2017. Une soixantaine de restaurants et de boucheries ont également emboîté le pas. Des chefs comme David McMillan du Joe Beef sont déjà de fiers ambassadeurs de l'emblème.

PARTENAIRE OFFICIEL
BŒUF QUÉBEC
SPEQ Société des Parcs d'Engraissement du Québec

C'est quoi « Bœuf Québec »?

La viande vient d'un bœuf qui a été élevé au moins 100 jours au Québec et qui est abattu à l'abattoir Forget de Terrebonne. Tous les produits respectent des standards de qualité et de bien-être animal. Pour le moment, la priorité est de peaufiner le processus d'approvisionnement pour suffire à la demande. La distribution auprès des grandes chaînes de détail sera adressée, mais pas tout de suite. L'emblème « Bœuf Québec » ne garantit pas, pour le moment, que toutes les bêtes sont 100 % québécoises (nées, élevées et abattues au Québec), mais c'est l'objectif derrière la démarche des instigateurs. Actuellement, la majorité des bêtes dans le programme sont nées au Québec et il y a une réelle volonté à ce que cette proportion augmente, avec l'ambition, qu'un jour, toutes les bêtes soient nées au Québec. D'ailleurs, les Producteurs de bovins du Québec (PBQ) se joignent aux autres partenaires du projet.

Pour le moment, « Bœuf Québec » fera son apparition sur les étals de boucheries et les menus de restaurant, mais on ne cache pas l'ambition de développer une appellation réservée. Qui sait, peut-être que dans quelques années une indication géographique de provenance (IGP) « Boeuf Québec » trônera fièrement sur les rayons de votre détaillant favori? À l'ADA, nous le souhaitons. Nous souhaitons surtout que ce projet de valorisation de la filière bovine réussisse là où trop de projets similaires ont malheureusement échoué.

Pour plus de détails sur « Bœuf Québec », visitez : **www.boeufquebec.org**

DENRÉES ALIMENTAIRES : LE PROGRAMME DE RÉCUPÉRATION EN SUPERMARCHÉS EST ÉTENDU À TOUT LE QUÉBEC

Le réseau des Banques Alimentaires du Québec (BAQ) a confirmé l'élargissement de son Programme de récupération en supermarchés (PRS) à l'ensemble de la province. Ce programme permet non seulement de réduire le gaspillage alimentaire, mais aussi de donner à manger à plus de Québécois qui ont faim. Plusieurs de nos membres (petits et grands) ont participé au projet-pilote de ce programme ayant permis de récupérer 2,5 M kg de denrées, dont la valeur marchande est de près de 20 M $. Nous sommes très satisfaits des résultats : ils sont au-delà de nos espérances.

Les détaillants propriétaires d'un peu partout au Québec ont toujours soutenu les organismes qui leur demandent de l'aide, que ce soit en soutien financier ou encore en denrées, mais souvent ces dons sont ponctuels et en fonction des capacités des organismes sur le terrain. Les mets préparés et les protéines de viandes sont les denrées dont les banques alimentaires ont le plus besoin et la contribution des détaillants en alimentation est essentielle à cet effet.

Les détaillants en alimentation sont prêts à donner, mais comme ils travaillent avec des denrées périssables dans un contexte normé et sous pression, il faut que les organismes aient les capacités techniques pour pouvoir récupérer le maximum de denrées aussi régulièrement que possible. En ce sens, la pérennité et l'expansion du programme de récupération en supermarchés dépendaient de la capacité des organismes à s'équiper. L'annonce des Banques alimentaires du Québec confirme que la collaboration entre les détaillants en alimentation et les organismes de partout au Québec entrera dans une nouvelle ère. Le déploiement à grande échelle portera le nombre de magasins participants à 611 et permettra de récupérer en moyenne 8 M kg de denrées annuellement.

DÉTAILLANTS

Vous envisagez développer un partenariat pour récupérer des denrées alimentaires? Contactez l'organisme Banques alimentaires du Québec afin de voir comment il peut vous aider à implanter le Programme de récupération en supermarchés dans votre commerce.

1-877-478-4040

DOSSIERS DIVERS

CHARRIOTS LAISSÉS DANS LES STATIONNEMENTS : DES AFFICHES POURRAIENT VOUS ÉVITER DES SOUCIS! ▼

Un jugement rendu aux petites créances de Gatineau a contraint un détaillant à dédommager, en partie, un client dont l'auto a été heurtée par un charriot abandonné dans une légère pente. En effet, le juge ayant entendu la cause est d'avis que le détaillant aurait dû installer des affiches dans le stationnement avisant les clients qu'il est interdit de laisser des charriots à cet endroit.

À ce rythme, bientôt, ça prendra un homme-sandwich à l'extérieur des commerces à temps plein pour s'assurer que tous les comportements des consommateurs soient conformes! S'il faut un affichage distinct pour tous les comportements à risque sur nos terrains, nous ne sommes pas sortis de l'auberge. Certes, les détaillants en alimentation ont un rôle à jouer, mais il y a des limites à nous tenir responsables du comportement de tout un chacun. Il est passé où le gros bon sens?

Le rôle des détaillants en alimentation est de servir les consommateurs, pas de jouer à la police. Malheureusement, pour diverses raisons, l'État lance souvent dans la cour des détaillants des obligations qui lui reviennent. À force de vouloir « responsabiliser » les détaillants, comme disait la ministre Charlebois lors de la révision de la Loi sur le tabac, le gouvernement et les citoyens se « déresponsabilisent » peu à peu.

Exemple d'affiche

Afin d'éviter de vous exposer à de telles poursuites, nous vous invitons à installer aux endroits jugés potentiellement à risque une affiche avisant vos clients qu'il est interdit d'y laisser un charriot. Pour obtenir un modèle d'affiche que vous pourrez imprimer en magasin, écrivez-nous à l'adresse suivante : **info@adaq.qc.ca**

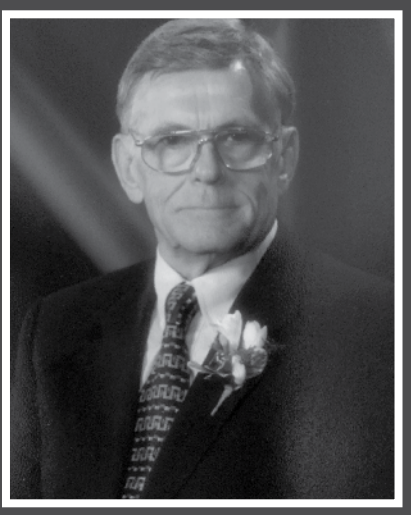
ONTARIO : DES AMENDES POUR CHARRIOT ABANDONNÉ!

Dans certaines villes ontariennes, comme Guelph et Ottawa, des amendes sont imposées aux détaillants dont les charriots sont abandonnés dans les rues par les clients. L'idée d'imposer une telle mesure a refait surface récemment, alors que les élus de la ville de Kitchener ont adopté une motion demandant aux fonctionnaires de trouver une solution pour diminuer le nombre de charriots abandonnés.

Avis aux élus d'ici qui seraient tentés d'importer une telle mesure : c'est une fausse bonne idée! Aucun exploitant de commerce ne prend la situation à la légère lorsqu'il se fait voler des charriots dont le coût oscille autour de 200 $ (+ les frais d'entretien). Les détaillants sont victimes du comportement douteux de certains consommateurs. Il serait beaucoup plus judicieux d'unir les efforts des élus et des détaillants afin de responsabiliser les consommateurs sur l'importance d'utiliser les charriots d'épicerie à bon escient.

À LA MÉMOIRE DE

L'ADA désire transmettre ses condoléances aux familles, aux proches et aux amis de M. Marquis. Avec nos meilleurs souvenirs.



LUCIEN MARQUIS
1922-2017

À Terrebonne, le 5 janvier 2017, est décédé à l'âge de 95 ans Monsieur Lucien Marquis, époux de Madame Rita Demers. Lucien Marquis a débuté dans le commerce de l'alimentation dans le comté de Rimouski pour poursuivre avec la bannière Metro en 1971, à Québec, avec son fils et en 1973 à Montréal. En 1991, monsieur Marquis, avec sa fille Linda, crée l'entreprise Provisions Marquis Inc./Reine des sauces, d'où il a pris sa retraite à 88 ans.

Via cette tribune, l'ADA souhaite rendre hommage à tous ceux et celles qui ont travaillé de près ou de loin dans le secteur de l'alimentation et qui, malheureusement, sont décédés. N'hésitez pas à nous informer du décès de gens dans votre entourage. Nous aimerions leur rendre hommage.

Écrivez nous à :
info@adaq.qc.ca

Téléchargez l'application mobile sur l'App store et Google play !

Secourisme

Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail

secouristeenmilieudetravail.com

CNESST

DC1300-236-1 (2017-03)

Vous appréciez notre travail ?

Devenez membre détaillant ou fournisseur.
www.adaq.qc.ca

Suivez-nous

Commentez

CONTACTEZ-NOUS
Mathieu Fraser
514-982-0104 poste 244
mfraser@adaq.qc.ca

COORDONNÉES
2120, rue Sherbrooke Est,
bureau 900, Montréal
(Québec) H2K 1C3

Association des détaillants en alimentation du Québec

TABAC

VENTE AUX MINEURS

Que faire lorsque vous recevez un avis d'infraction pour vente à une personne d'âge mineur?

Si vous jugez avoir été proactif et fait ce qui était en votre pouvoir pour éviter la commission de l'infraction, nous vous encourageons à plaider non-coupable. Plusieurs détaillants dont l'un des employés est accusé de vente de tabac à une personne d'âge mineur ont remporté leur cause dans le passé.

À la réception de votre avis d'infraction, nous vous recommandons fortement de poser les gestes suivants :

1. Appelez l'ADA.
2. Plaidez non-coupable.
3. Préparez votre défense.

UN DE VOS EMPLOYÉS S'EST FAIT PRENDRE ?

Contactez-nous afin que nous puissions vous guider dans la préparation de votre défense : **1.800.363.3923 poste 222**

SANCTIONS EN VIGUEUR

	Amende	Perte de permis
1ère infraction	2 500 $ à 62 500 $	S.O.
2e infraction	5 000 $ à 125 000 $	3 mois à 1 an

SUGGESTIONS DE DÉMARCHES POUR ÉVITER D'ÊTRE RECONNU COUPABLE

1. Exigez de vos employés qu'ils suivent la formation en ligne intitulée « Nous cartons » accessible au **www.csmoca.org**
2. Exigez de vos employés qu'ils signent une « Déclaration » attestant qu'ils ont été informés des obligations relatives à la vente de produits du tabac.
3. Effectuez des rappels périodiques (aux 6 mois) auprès de tous les employés.
4. Assurez-vous que l'affichage des règles de vente du tabac dans votre commerce est conforme à vos obligations.
5. Assurez-vous que vos caisses disposent d'un lecteur optique qui avertit de la nécessité de demander une carte d'identité valable.
6. Conservez une trace écrite de chaque démarche que vous posez afin d'éviter qu'un de vos employés ne soit pris en infraction.

BESOIN D'UN AVOCAT ?

Nous recommandons fortement aux détaillants ayant reçu un avis d'infraction d'utiliser les services d'un avocat pour se défendre. Une condamnation pour vente de tabac à une personne d'âge mineur est lourde de conséquence pour un exploitant de commerce.

À titre de membre-fournisseur de l'ADA, Joli-Cœur Lacasse Avocats offre annuellement à tous les membres de l'ADA, 30 minutes de consultation juridique sans frais! N'hésitez pas à les contacter afin de recevoir de judicieux conseils.

Olivier Tousignant
Avocat

Olivier.tousignant@
jolicoeurlacasse.com
1.866.557.3060 poste 2628

jolicœur lacasse
AVOCATS

NOS PRÉSIDENTS RÉGIONAUX

ESTRIE
Éric Bouchard
IGA Bouchard
6185, chemin de Saint-Élie
Sherbrooke (Québec) J1R 0L1

OUTAOUAIS
Pascal St-Pierre
Marché Kelly Maloney (Metro)
910, boul. Maloney Est
Gatineau (Québec) J8P 1H5

SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN / CÔTE-NORD
Caroline Bouchard
Marché Centre-Ville (AXEP)
31, rue Jacques-Cartier Ouest
Chicoutimi (Québec) G7J 1E7

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC
Julie Pelletier
IGA Famille Pelletier
1801, 3e Avenue
Val-d'Or (Québec) J9P 5K1

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES
Francis Veilleux
Boucherie Veilleux inc.
1000, boul. Vachon Nord
Sainte-Marie-de-Beauce
(Québec) G6E 1M2

MAURICIE
Jean-Philippe Morissette
Marché Saint-Tite (Metro)
624, route 153
Saint-Tite (Québec) G0X 3H0

MONTÉRÉGIE
Michel Milot
Provigo Michel Milot
429, rue Saint-Jacques
Saint-Jean-sur-Richelieu
(Québec) J3B 2M1

GASPÉSIE
Mathieu Viens
Marché L.V. Ltée (Metro)
686, boul. Carleton-sur-Mer
(Québec) G0C 1J0

BAS-ST-LAURENT
Frédéric D'Amours
Marché Centre-Ville (Richelieu)
59, Hôtel-de-Ville
Rivière-du-Loup
(Québec) G5R 1L4

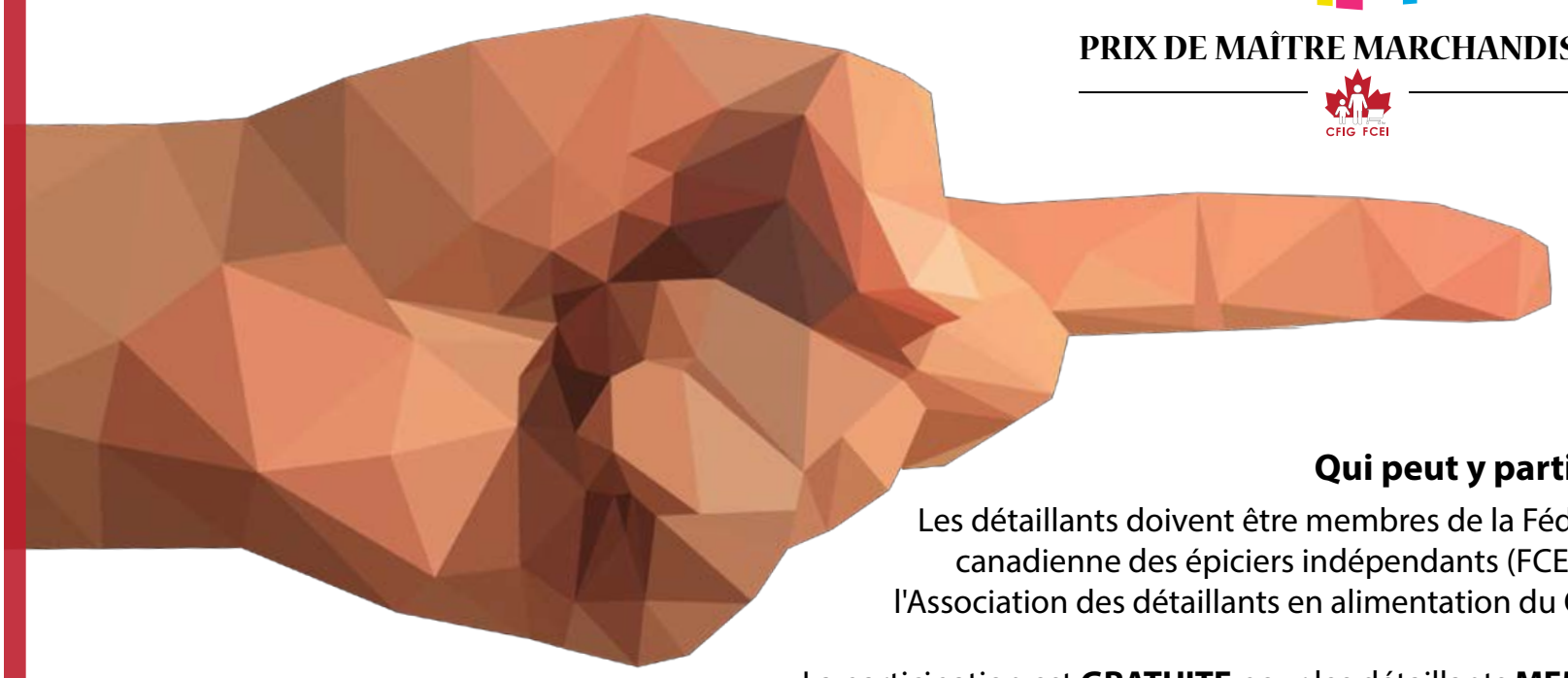
MONTRÉAL-EST
André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
8445, rue Ontario Est
Montréal (Québec) H1L 3E7

MONTRÉAL-OUEST
Enrico Lalonde
Supermarché DDO Inc. (IGA)
11 800, boul. Salaberry
Montréal (Québec) H9B 2R8

EN RECONNAISSANCE DU MARCHANDISAGE CRÉATIF DANS LE SECTEUR DE L'ÉPICERIE

PRIX DE MAÎTRE MARCHANDISEUR

CFIG FCEI



Qui peut y participer?

Les détaillants doivent être membres de la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI) ou de l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA).

La participation est **GRATUITE** pour les détaillants **MEMBRES**.

DATE - LIMITE DE PARTICIPATION

12 AOÛT 2017

PARTICIPEZ AU CONCOURS

JURY

- Créativité et attrait visuel
- Utilisation efficace des affiches
- Facilité des achats
- Marchandisage croisé efficace
- Conformité du fabricant soutenant le programme

PRIX

Petits magasins – jusqu'à 14 999 pi2
Magasins moyens – 15 000 – 24 999 pi2
Grands magasins – plus de 25 000 pi2
La remise desprix aura lieu au dîner de gala du Salon Innovations alimentaires Canada

ADMISSIBILITÉ

Présentoirs, promotions et événements de marchandisage organisés entre **le 1er octobre 2016** et **le 12 août 2017**. Les participations peuvent être soumises à tout moment durant cette période.

CHOISISSEZ UNE CATÉGORIE

- CONCOURS INTERNE MULTIMAGASINS
- FABRICANT UNIQUE
- FABRICANT MULTIPLE
- ÉVÉNEMENT THÉMATIQUE
- PRÉSENTOIR PÉRIPHÉRIQUE

Participez à tout moment au concours sur : MASTERMERCHANDISER.CA

**UNE HEURE TRAVAILLÉE,
C’EST UNE HEURE PAYÉE.**

**LES HEURES SUPPLÉMENTAIRES,
ÇA SE PAYE.**

**LES JOURS FÉRIÉS,
TOUT LE MONDE Y A DROIT.**

**LES VACANCES,
CE N’EST PAS UN PRIVILÈGE.**

Respecter les normes du travail, c’est juste normal.

monCalcul

Un outil simple et pratique
pour calculer les salaires, les indemnités
et les vacances.

maPaye

Un outil simple et efficace
pour noter vos heures travaillées.

DC1300-459 (2017-02)

Visitez **RESPECTDESNORMES.COM** pour plus d’information.

Commission des normes, de l’équité,
de la santé et de la sécurité du travail

CNESST

CHRON

PARLONS DE VOS GESTIONNAIRES

Majoritairement promus ou embauchés en raison de leurs connaissances techniques ou de leur ancienneté en magasin, vos gestionnaires possèdent-ils les compétences et la personnalité pour accomplir les tâches qui leurs incombent?

Des habiletés de bon gestionnaire, ça se développe avec une formation adéquate, du temps et de l'expérience. Offrir les outils nécessaires à vos gestionnaires pour accomplir le mandat que vous leur avez octroyé vous permettra de garantir le bon fonctionnement et la rentabilité de votre commerce.

Un bon gestionnaire agit au quotidien en votre nom et dans le respect de vos valeurs. Ce sont eux qui sont :

- sur la ligne de front de votre commerce;
- votre lien direct avec vos équipes de travail;
- vos yeux et vos oreilles;
- votre porte-parole auprès de vos employés et de votre clientèle.

Leurs tâches sont nombreuses et diversifiées, tous les jours ils doivent :

- répartir les tâches;
- valider le travail réalisé;
- produire les horaires;
- gagner le respect de leur équipe;
- soutenir les membres de leur équipe;
- gérer des situations de conflit;
- atteindre les objectifs attendus;
- motiver l'équipe;
- et bien plus!

Un bon gestionnaire doit être conscient de l'influence réelle qu'il peut avoir sur votre organisation et vos employés. Pour ce faire, il doit comprendre son rôle et ses tâches, connaître son style de gestion, déterminer les forces et faiblesses de son équipe, savoir communiquer, etc. Avec une formation adéquate et de l'expérience, il saura faire ressortir les forces de chacun des membres de son équipe et c'est vous et votre entreprise qui en bénéficieront!

Pour en savoir plus sur les formations disponibles, n'hésitez pas à contacter l'équipe du CSMOCA au 514-499-1598 ou visitez notre site Web au **www.csmoca.org**.

N'oubliez pas que le CSMOCA est un organisme sans but lucratif qui a pour mission de vous aider dans la gestion et la formation de votre personnel. Notre équipe travaille pour vous!

CSMOCA
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation

Nadine Moranville
Chargée de projets
et des communications

IQUES

LE VOL À L'INTERNE : UNE RÉALITÉ POUR UNE MAJORITÉ

Lorsque nous parlons de vol dans le commerce de détail, et ce, toutes catégories confondues, il nous vient immédiatement à l'esprit le vol à l'étalage (ou vol externe). Or, bien que le vol à l'étalage représente une part importante des pertes de l'entreprise, vous serez sans doute surpris d'apprendre que le vol à l'interne est doublement significatif. Le vol (interne et externe cumulés) représente également plus de 80 % des pertes en entreprise.

On entend par vol interne le vol de marchandises, le vol d'argent du tiroir caisse, l'attribution de rabais non autorisés, l'attribution de rabais pour les employés à des parents ou à des amis, le vol de temps, etc.

Le vol interne est beaucoup plus répandu que nous serions portés à le croire et malheureusement, trop souvent, est commis par des employés en qui nous avons pleinement confiance, depuis longtemps. Personne n'est à l'abri.

Qu'est-ce qui motive un employé à voler son employeur ?

Il y a plusieurs raisons, mais elles sont basées sur trois facteurs bien précis : le *besoin*, l'*opportunité* et le *risque encouru*.

1. **Le facteur #1** est le *besoin* : le besoin de combler et d'améliorer son quotidien : s'habiller, se loger, se nourrir, se déplacer, faire la fête. Ce facteur est cependant le seul sur lequel nous n'avons aucun contrôle en tant que gestionnaire.
2. **Le facteur #2** est l'*opportunité* que nous donnons aux employés par le manque de contrôle ou par les contrôles inexistants dans notre gestion quotidienne : moins de surveillance à certaines heures, aucune vérification des rapports d'exception, omission de validation de certaines transactions, tâches connexes qui sont réparties à une même personne sans aucune validation du gestionnaire ou de son supérieur, etc. L'importance résidera donc dans le fait de diminuer les opportunités offertes et d'élever les risques de se faire prendre.
3. **Le facteur #3** est le *risque*. Plus le facteur sera élevé, plus vous mettrez les chances de votre côté. L'être humain, de par sa nature, teste constamment les limites. Il est un mesureur de risques. Il faudra donc vous assurer que les risques (de se faire prendre) demeurent toujours plus élevés que leurs besoins, c'est-à-dire d'avoir en place de bons contrôles.

Quels sont les contrôles souhaitables ?

Contrôles opérationnels, contrôles d'accès, visites de conformité, formation sur la prévention des pertes et leur impact, équipements de surveillance, connaissance des politiques, ligne de dénonciation, préemploi ne sont que quelques mesures qui viendront augmenter les risques encourus pour le mal intentionné. Et ça fonctionne!

La prévention est la meilleure solution à long terme. Elle est moins coûteuse que les frais engendrés par un ou des employés que vous aurez dû congédier.

VCS
CONSULTANTS EN PRÉVENTION DES PERTES ET SÉCURITÉ

Groupe Conseil VCS
1-800-842-1911
jbrunet@vcsinvestigation.com

54e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA

23 MAI 2017

C'est avec enthousiasme que nous vous invitons au prestigieux Club de golf Elm Ridge.

Ne manquez pas cette occasion en or de côtoyer près de 300 détaillants et fournisseurs réunis au même endroit.

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

NE MANQUEZ PAS VOTRE DÉPART

Raison sociale _____

Adresse _____

Ville _____ Code postal _____

Courriel _____

Téléphone _____

Cellulaire _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 1

Joueur 1 _____

Joueur 2 _____

Joueur 3 _____

Joueur 4 _____

Allergie joueur ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

Description _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 2

Joueur 1 _____

Joueur 2 _____

Joueur 3 _____

Joueur 4 _____

Allergie joueur ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

Description _____

23 MAI 2017

Club de golf Elm Ridge
851 chemin Cherrier, Île Bizard, Montréal

HORAIRE
Brunch : 08H30
Départ : 10H00
Cocktail : 17H00
Souper : 18H00
Formule Shotgun / Vegas à 4 joueurs

POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire par courriel à lgravel@adaq.qc.ca ou par télécopieur 514.849-3021.

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 5 mai 2017. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : 514.982.0104 poste 231.

COMMANDITE

Je désire prendre la commandite :

Pour voir les opportunités de commandite :
ADAQ.QC.CA

QUATUOR (membre-fournisseur)	☐	x 1 370 $ =	+tx.
QUATUOR (non membre-fournisseur)	☐	x 1 570 $ =	+tx.
JOUEUR INDIVIDUEL (membre-fournisseur)	☐	x 395 $ =	+tx.
JOUEUR INDIVIDUEL (non membre-fournisseur)	☐	x 450 $ =	+tx.
DÉTAILLANT	☐	x 295 $ =	+tx.
SOUPER*	☐	x 185 $ =	+tx.
Montant total à payer (plus taxes applicables)			+tx.

**Veuillez indiquer le nom de ceux qui viendront souper dans le champs "Nom des joueurs"*

QUATUOR

Comprend : 4 droits de golf et voiturettes, 4 brunchs, cocktails et 4 soupers.

JOUEUR INDIVIDUEL

Comprend : droit de golf et voiturette, brunch, cocktail et souper.

SOUPER

Comprend : cocktail et souper.

MODE DE PAIEMENT

☐ Facturez-moi

☐ Par chèque

☐ Visa / MasterCard

N° : _____

LIBELLEZ À ADA ET POSTEZ À :

2120, rue Sherbrooke Est
Bureau 900
Montréal (Québec)
H2K 1C3

ACTUALITÉS DES TCBQ

LES ARTISANS AU CŒUR DES CAMPAGNES DE PROMOTION

Les Îles de la Madeleine sont reconnues pour la qualité de leurs produits, mais aussi pour l'esprit de collaboration des Madelinots et pour la fierté qu'ils éprouvent pour leurs produits du terroir. L'association *Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine* a donc œuvré au printemps 2017 à mettre de l'avant une toute nouvelle stratégie de promotion des produits locaux en partenariat avec les détaillants de l'archipel.

Par cette campagne de promotion, nous mettrons l'artisan au cœur du visuel développé pour les épiceries. En allant chercher l'ensemble des détaillants des Îles de la Madeleine comme partenaire pour l'initiative, nous nous assurons d'avoir une cohérence dans le matériel promotionnel sur l'ensemble du territoire.

Le choix de mettre l'accent sur l'artisan a été déterminé par la tendance lourde dans le secteur bioalimentaire à connaître les producteurs et les transformateurs qui sont derrière les produits achetés. C'est aussi une façon pour le producteur d'accroître son sentiment de fierté par rapport à son produit et à son sentiment d'appartenance au point de vente.

Aux Îles de la Madeleine, les produits locaux sont rois !

RÉPERTOIRE GOÛTEZ LANAUDIÈRE!

Le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL) est très fier du nouveau répertoire Goûtez Lanaudière! Surtout qu'un nombre record de 108 entreprises y participent : 46 producteurs et transformateurs, 31 détaillants lanaudois, 9 détaillants montréalais ainsi que 22 restaurants.

Ce répertoire, publié à 55 000 exemplaires, sera disponible dans plus de 200 points de distribution. Vous pouvez vous le procurer auprès des entreprises participant à notre campagne d'achat local, dans les bureaux d'accueil touristique ainsi qu'au bureau du CDBL.

Pour participer à notre campagne d'achat local ou pour en savoir plus sur les produits lanaudois, n'hésitez pas à communiquer avec Annie Cossette au 450 867-7773, poste 242.

Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) ont pour mission de contribuer au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire. Ces Tables, régies par des conseils d'administration formés de représentants du secteur bioalimentaire, travaillent avec les différents maillons de l'industrie : producteurs agricoles, transformateurs alimentaires, restaurateurs, épiciers, mais aussi intervenants de la fonction publique, du monde municipal, de l'éducation, de la finance, de l'emploi, etc. Les détaillants à la recherche de produits locaux ou souhaitant s'impliquer peuvent faire appel à la Table de leur région.

LE SAGUENAY–LAC-SAINT-JEAN, UNE RÉGION AU TERROIR BORÉAL

La situation géographique de la région du Saguenay–Lac-Saint-Jean et les conditions climatiques qui y sont associées ont des influences directes sur la culture et le terroir de sa population.

Le premier élément important est l'isolement géographique. Il faut comprendre que le Saguenay-Lac-Saint-Jean est complètement isolé par des plateaux montagneux agissant comme des barrières géographiques.

Le climat est le deuxième élément influençant le terroir régional. En raison des latitudes auxquelles la région se situe, les conditions climatiques se traduisent par des hivers longs et froids et par une importante couverture neigeuse. Les étés y sont courts et chauds, avec une longue durée d'ensoleillement. Enfin, on y observe de grands écarts de température entre le jour et la nuit, où cette dernière est plus fraîche.

À ces éléments s'additionnent les gens : des femmes et des hommes au caractère chaleureux, solidaire et créatif qui ont su s'adapter et tirer profit de leur environnement, en plus d'être influencés par les époques.

C'est cet amalgame de conditions naturelles et de facteurs humains qui influencent directement la culture du terroir du Saguenay–Lac-Saint-Jean. Par exemple, l'isolement, l'éloignement et les hivers rigoureux offrent une protection qui facilite le contrôle des maladies et des ravageurs. Cela permet d'utiliser moins de pesticides de synthèse dans les cultures et moins d'antibiotiques dans les élevages. Cela favorise également des pratiques responsables et une meilleure gestion de la qualité des produits alimentaires.

La courte saison estivale est, quant à elle, propice à la culture de plusieurs productions agricoles et à la cueillette d'une grande variété de plantes sauvages. L'alternance entre des jours chauds et des nuits fraîches influencent le métabolisme des plantes en concentrant davantage certaines molécules, un peu comme si la plante tombait en dormance et n'arrivait pas à consommer ce qu'elle avait accumulé dans la journée, nous laissant le bonheur d'en profiter à sa place. D'ailleurs, plusieurs de ces plantes sont réputées pour leurs propriétés bénéfiques sur la santé humaine. Sans compter qu'on peut les utiliser pour alimenter les troupeaux laitiers et les animaux de boucherie, et que même les abeilles les butinent !

Les gens qui habitent le Saguenay-Lac-Saint-Jean ont ainsi développé une agriculture adaptée aux conditions de ce territoire en alliant tradition et innovation. Les entreprises et leurs partenaires forment un réseau au sein duquel ils collaborent afin de mettre en valeur ces caractéristiques.

C'est pourquoi, au printemps, une dizaine de marchés d'alimentation deviendront officiellement les Marchands de la Zone boréale! Ces marchés s'engageront à identifier les produits de la Zone boréale afin d'en faciliter le repérage. Surveillez leur annonce sur nos plateformes de communication !

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

CANADA 150

seti Canada
L'INSPIRATION TECHNOLOGIQUE

VOIR PLUS LOIN

OBTENEZ
VOTRE BADGE
À SEULEMENT 25 $
SUR SIALCANADA.COM
EXCLUSIF AUX LECTEURS
DU MAGAZINE RADAR.
SPECIALADAQ17

Toronto

Le rendez-vous au plus grand salon de l'innovation alimentaire en Amérique du Nord

2 AU 4 MAI 2017
ENERCARE CENTRE, TORONTO

COMEXPOSIUM
SIAL, une filiale du Groupe Comexposium

Retrouvez-nous sur #SIALTO2017